

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN *JINGLE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU NASIONAL**

TUGAS AKHIR

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Bakrie**

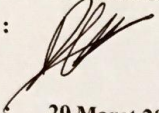


**Oleh:
DickyAnggara
NIM 1111001043**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
MARET 2017**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Dicky Anggara
NIM : 1111001043
Tanda Tangan : 
Tanggal : 20 Maret 2017

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Dicky Anggara
NIM : 1111001043
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi Harga, dan *Jingle* Terhadap Keputusan Pembelian Susu Nasional

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Pembahas dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dominica Arni Widyastuti, SE., MM

Penguji 1 : Holila Hatta, SPd., MM

Penguji 2 : Ananda Fortunisa, SE., M.Si

Three handwritten signatures in blue ink are present. The top signature is for the supervisor, Dominica Arni Widyastuti, SE., MM. The middle signature is for the first examiner, Holila Hatta, SPd., MM. The bottom signature is for the second examiner, Ananda Fortunisa, SE., M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 21 Maret 2017

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkat, rahmat, taufik, hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Harga, Dan *Jingle* Terhadap Keputusan Pembelian Susu Nasional”**

Dalam penyusunan tugas akhir ini penulis mendapat banyak bantuan dan dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dominica Arni Widyastuti, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran, serta jugadengan sabar untuk memberikan bimbinganyang sangat bermanfaat selama proses penyelesaian proposal tugas akhir ini.
2. Holila Hatta, S.Pd.,MM. selaku dosen pembimbing kedua yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Ananda Fortunisa, SE, M.Si selaku dosen pembahas yang telah memberikan masukan guna memperbaiki dan meluruskan proses penelitian ini.
4. Seluruh dosen Program Studi Manajemen Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan arahan kepada penulis selama masa perkuliahan dan masa penyusunan proposal tugas akhir.
5. Ayah dan Ibu beserta keluarga penulis yang senantiasa mendukung dan memberikan doa serta semangat dalam penyusunan tugas akhir ini.
6. Irene Alvionita yang merupakan sahabat, teman dan orang spesial yang membantu dan memberikan dukungan dan tumpangan kepada penulis dalam melakukan penelitian.
7. Diontama, Yohan, Rere, Rendy, Ghazi serta teman-teman LEGGO selaku teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat dan kebersamaan yang berarti bagi penulis.
8. Vito dan Fikri selaku sahabat yang memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis
9. Teman-teman SMAI AL-AZHAR 2 Pejaten yang membantu penulis dikala senang dan susah.

10. Teman-teman mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2011 yang telah memberikan dukungan dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan proposal tugas akhir ini.
11. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyajian dan penyusunan proposal tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan proposal tugas akhir ini. Semoga semua bantuan dan jerih payah yang telah diberikan mendapat imbalan dari Allah SWT dan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait kedepannya.

Jakarta, 21 Maret 2017

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah:

Nama : Dicky Anggara
NIM : 1111001043
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Pengaruh Persepsi Harga dan *Jingle* Terhadap Keputusan Pembelian Susu Nasional

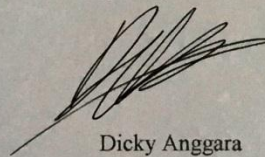
beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 21 Maret 2017

Yang Menyatakan,



Dicky Anggara

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN *JINGLE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SUSU NASIONAL
DICKY ANGGARA**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh persepsi harga dan *jingle* terhadap keputusan pembelian Susu Nasional. Data primer dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada responden. Menggunakan teknik *purposive sampling*, sebanyak 100 responden. Berbagai uji statistik seperti analisis linear berganda, validitas, reliabilitas dan tes asumsi klasik digunakan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Secara parsial variabel Persepsi Harga dan *Jingle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. 2) Semua variabel secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian. 3) Diketahui variabel Persepsi Harga dan *Jingle* mempunyai pengaruh sebesar 25.5% sedangkan 74.5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang diteliti

Kata Kunci: Persepsi Harga, *Jingle*, Keputusan Pembelian, Susu Nasional

THE EFFECT OF PERCEPTION OF PRICE AND JINGLE TOWARDS PURCHASE DECISION OF SUSU NASIONAL

DICKY ANGGARA

ABSTRACT

This study is aimed to analyze the effect of perceived price and jingle on purchase decision of Susu Nasional. Primary data were collected using questionnaire which distributed to the target respondents. Using purposive tests to 100 respondents. Using a statistical tests such a linear regression analysis, validity, realibility, and classical assumptions tests were employed. By using a regression analysis, it was found 1) perceived price and jingle have a positive effect on purchase decision partially. 2) Both perceived price and jingle simoultenaously have a positive effect on purchase decision. 3) It is know that perceived price and Jingle have an effect of 25,5% together while 74,5% is affected by other variables not discussed on this research.

Keywords: Perceived Price, Jingle, Purchase Decision, Susu Nasional

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	
2.1 Keputusan Pembelian	9
2.2 Harga	11
2.3.1 Pengertian Harga.....	11
2.3.2 Penetapan Harga	12
2.3.3 Persepsi Harga	14
2.4 Jingle Iklan.....	15
2.5 Penelitian Terdahulu	18
2.6 Kerangka Teoritis dan Hipotesis.....	19
III METODE PENELITIAN	
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasionalisasi Variabel.....	21
3.1.1 Variabel Penelitian	21
3.1.1.1 Variabel Independen	21
3.1.1.2 Variabel Dependen	21
3.1.2 Operasionalisasi Variabel	23
3.2 Populasi dan Sampel	26
3.2.1 Penentuan Jumlah Sampel	26
3.2.2 Penentuan Penarikan Sampel.....	27
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	27
3.3.1 Data Primer	27
3.3.2 Data Sekunder	27
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.4.1 Penelitian Kepustakaan	28
3.4.2 Penelitian Lapangan	28
3.5 Metode Analisis Data.....	29
3.5.1 Analisis Deskriptif	29
3.5.1.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	29
3.5.1.2 Analisis Deskriptif Jawaban Responden	29

3.5.2 Uji Instrumen Data.....	29
3.5.2.1 Uji Validitas	29
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	30
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	30
3.5.3.1 Uji Normalitas	31
3.5.3.2 Uji Multikolinearitas	31
3.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas	32
3.5.4 Uji Kelayakan Model.....	32
3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda	33
3.5.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)	33
3.5.4.3 Uji Uji F	34
3.5.4.4 Uji Uji T	34

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Latar Belakang dan Sejarah Perusahaan	35
4.2 Analisis Deskriptif	36
4.2.1 Karakteristik responden berdasarkan Usia	36
4.2.2 Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan	37
4.2.3 Analisis deskriptif jawaban responden	38
4.3 Hasil dan Implikasi Manajerial.....	41
4.3.1 Uji Instrumen Data.....	41
4.3.1.1 Uji Validitas	41
4.3.1.2 Uji Reliabilitas	44
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	45
4.2.2.1 Hasil Pengujian Normalitas Data	45
4.2.2.2 Hasil Pengujian Multikolinearitas	47
4.2.2.3 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....	48
4.3.3 Hasil Pengujian Kelayakan Model	49
4.3.3.1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	49
4.3.3.2 Hasil Uji Determinasi (R^2)	50
4.3.3.3 Hasil Uji F	50
4.3.3.4 Hasil Uji T.....	52
4.3.4 Pembahasan	53
4.3.5 Implikasi Manajerial	54

V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	55
5.2.1 Saran untuk Perusahaan	55
5.2.2 Keterbatasan dan saran untuk penelitian selanjutnya.....	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN.....	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase Pengeluaran Konsumsi Susu.....	3
Tabel 1.2 Penjualan Susu Nasional 2015.....	4
Tabel 1.3 Penjualan Susu Nasional 2016	5
Tabel 3.1 Definisi Operasionalisasi Variabel	23
Tabel 4.1 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Harga	41
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Jingle</i>	42
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	43
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas 30 Responden.....	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas 100 Responden.....	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas 30 Responden	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Reabilitas 100 Responden	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Analisis Linear Berganda	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	53
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	54
Tabel 4.12 Hasil Uji T	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Data Penjualan Susu Nasional	5
Gambar 2.1 Kerangka Teori Kotler	12
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	20
Gambar 4.1 Data responden berdasarkan usia	39
Gambar 4.2 Data responden berdasarkan pekerjaan	40
Gambar 4.3 Hasil Uji P-Plot	49
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	66
Lampiran 2 Hasil SPSS	70
Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden	79